

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА**



Факультет економічний

Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Рекламний менеджмент

Освітня програма «Маркетинг»

Спеціалізація (за наявності) _____

Спеціальність 075 Маркетинг

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол №1 від «31» 08 2022 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація.....	3
2. Опис дисципліни.....	3
3. Структура курсу (зразок).....	4
4. Система оцінювання курсу.....	6
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу	6
6. Ресурсне забезпечення.....	7
7. Контактна інформація.....	7
8. Політика навчальної дисципліни.....	8

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Рекламний менеджмент
Освітня програма	Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	-
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Освітній рівень	Другий (магістерський) рівень
Статус дисципліни	основна
Курс / семестр	1 курс/1 семестр
Розподіл за видами занять та годинами навчання (якщо передбачені інші види, додати)	Лекції – 28 год. Семінарські заняття – 32 год. Самостійна робота – 120 год.
Мова викладання	українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/index.php?mod=course&action=ReviewOneCourse&id_cat=98&id_cou=5243

2. Опис дисципліни

<p>Мета та цілі курсу (в межах мети на цілей ОП)</p> <p>Метою викладання дисципліни «Рекламний менеджмент» є дати студентам – майбутнім маркетологам глибокі знання про рекламний менеджмент, що охоплює весь рекламний процес: від визначення потреби в рекламі до створення рекламного продукту та популяризації його в засобах масової інформації.</p> <p>Основними цілями є освоїти сукупність засобів рекламного менеджменту; опанувати принципи дослідження поведінки споживачів; вивчити методи аналізу та прогнозування рекламного ринку.</p>
<p>Компетентності (мають співпадати з матрицею ОП)</p> <p>ІК. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.</p> <p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p>

Програмні результати навчання	
ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	
ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.	
ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.	
ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	
ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.	

3. Структура курсу

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Сутність рекламного менеджменту	ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	- тести - питання
2	Рекламний ринок та його учасники	ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	- тести - питання - завдання
3.	Регулювання рекламної діяльності	ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу	- тести - питання - завдання
4.	Основні класифікаційні ознаки реклами	ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами	- тести - питання - завдання
5.	Механізм дії реклами	ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.	- тести - питання - завдання
6.	Координація діяльності суб'єктів рекламного бізнесу	ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	- тести - питання - завдання
7.	Психологічні основи рекламного менеджменту	ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	- тести - питання - завдання

8.	Планування рекламних кампаній	ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	- тести - питання - завдання
9.	Дослідження рекламного ринку	ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	- тести - питання - завдання
10.	Організація і структура рекламного процесу.	ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	- тести - питання - завдання
11.	Управління розробкою рекламної ідеї	ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	- тести - питання - завдання
12.	Медіапланування	ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.	- тести - питання - завдання
13.	Розробка плану використання ЗМІ	ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами	- тести - питання - завдання
14.	Організація роботи рекламних агенств	ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.	- тести - питання - завдання
15.	Управління корпоративною репутацією	ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання..	- тести - питання - завдання
16.	Принципи формування рекламного бюджету	ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.	- тести - питання - завдання
17.	Планування і контроль результатів рекламної кампанії	ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.	- тести - питання - завдання
18.	Оцінювання ефективності рекламної діяльності підприємства	ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.	- тести - питання - завдання

4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна

	кількість балів
Лекції	0
Семінарські заняття	30
Контроль самостійної роботи	10
Індивідуальне завдання	10
Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Види навчальної роботи	Навчальні тижні																						Разом
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
Лекції																							-
Семінарські з-тя			2,5	2,5		2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5		2,5	2,5							30
КСР																			10				10
Індивідуальні завдання																				10			10
Екзамен																						50	50
Всього за тиж-нь	-	-			КВ									КВ			К	К	10	10	50	К	100

6. Ресурсне забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення	Мультимедіа, лабораторії, комп'ютери та інше
Література:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Балабанова, Л. В. Рекламний менеджмент [Текст]: підручник / Людмила Веніамінівна Балабанова, Л. О. Юзик. – Рек. МОН. – К.: ЦУЛ, 2013. – 392 с. 2. Благун І.І., Шурпа С.Я. Маркетингові дослідження цінності бренду / І.І. Благун, С.Я.Шурпа // Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Серія: Економіка. 2020. — Випуск 15. — С. 158-163. 3. Благун І.І., Шурпа С.Я. Місце платформи tik tok в маркетинговій діяльності на ринку України / І.І. Благун, С.Я. Шурпа // Електронне наукове фахове видання. Науково-практичний журнал. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Випуск 4 (27) . 2020. – С. 41-45. 4. Гречаник Н.Ю. Формування і корегування стереотипів споживчої поведінки як феномен когнітивної та соціальної взаємодії / Н.Ю.Гречаник, С.Я.Шурпа, П.В.Козин // Науковий збірник «Теоретичні та прикладні питання економіки». Випуск 2(43). Київ, 2021. - С.100-116. 5. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посіб. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К.: Знання, 2008. – 471 с. 6. Дудко О. С. Оцінювання дієвості та ефективності реклами: монографія. Київ : Знання, 2012. № 3(129). 174 с. 7. Зазимко О. В., Корольчук М. С., Корольчук В. М. Психологія реклами: навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2016. 384 с. 8. Лук'янець, Т. І. Рекламний менеджмент [Текст]: навч. посібник / Тамара Іванівна Лук'янець. – 2-ге вид., доп. – К.: КНЕУ, 2003. – 440 с. 9. Мельникович О. М. Рекламний бізнес: менеджмент маркетингу: монографія. Київ: КНТЕУ, 2009. 358 с. 10. Миронов Ю. Б., Крамар Р. М. Основи рекламної діяльності: навч. посібник. Дрогобич: Посвіт, 2007. 108 с. 11. Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент: навчальний посібник. Луцьк: Вежа-Друк, 2018. 236 с 12. Огілві Девід. Про рекламу. К.: Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля». 2019. - 288 с. 13. Примак, Т. О. PR для менеджерів і маркетологів [Текст]: навч. посібник / Тетяна Олександрівна Примак. – К.: ЦУЛ, 2020. – 202 с. 14. Примак, Т. О. PR для менеджерів і маркетологів [Текст]: навч. посібник / Тетяна Олександрівна Примак. – К.: ЦУЛ, 2013. – 202 с. 15. Телетов О. С. Рекламний менеджмент: підручник; 2-ге вид., випр. Суми: Університетська книга, 2012. 367 с. 16. Телетов, О. С. Рекламний менеджмент [Текст]: підручник / Олександр Сергійович Телетов. – Рек. МОН; 2-ге вид., випр. – Суми: Університетська книга, 2013. – 367 с. 17. Телетов, О. С. Рекламний менеджмент [Текст]: підручник / Олександр Сергійович Телетов. – Рек. МОН; 3-ге вид., випр. – Суми: Університетська книга, 2021. – 367 с. 18. Шурпа С.Я. Формування стереотипів поведінки споживача / С. Я. Шурпа, О.Я. Головецька // The 6th International scientific and practical conference “Actual trends of modern scientific research” (January 17-19, 2021) MDPC Publishing, Munich, Germany. 2021. 767 p. – С. 707-713. 19. Яцишина Л. К., Деменіна О. М. Рекламний менеджмент: навч. посіб. Київ: КНУТД, 2012. 231 с. 20. HR-менеджмент у публічному управлінні [Текст]: навч.посібник / Руденко О.М. та ін. – К.: Кондор-видавництво, 2017. – 124 с. 	

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет	
1. Законодавство України. Веб-портал Верховної Ради України. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index .	
2. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: https://www.minfin.gov.ua/	
3. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: http://www.nbuv.gov.ua/	
4. Офіційний сайт Дніпропетровської обласної універсальної наукової бібліотеки. URL: https://www.libr.dp.ua/	
Періодичні видання	
1. Науковий журнал: «Маркетинг і менеджмент інновацій» https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/archive	
2. Науковий журнал: «Маркетинг в Україні» http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.ph	

7. Контактна інформація

Кафедра	Кафедра менеджменту та маркетингу Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57 Гуманітарний корпус, восьмий поверх, ауд. 810 (0342)55-32-32 kmim@pnu.edu.ua
Викладач (і)	Шурпа Світлана Ярославівна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту і маркетингу
Контактна інформація викладача	svitlana.shurpa@pnu.edu.ua 050-130-44-80

8. Політика навчальної дисципліни

Академічна добросесність	<p>Процес вивчення навчальної дисципліни відповідає принципу академічної добросесності Кодексу честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» від 29 грудня 2015 року.</p> <p>Дотримання академічної добросесності засновується на ряді положень та принципів академічної добросесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» – Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної добросесності у навчальній та науково-дослідній роботі студентів ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». – Положення про Комісію з питань етики та академічної добросесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». – Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». – Склад комісії з питань етики та академічної добросесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». – Лист МОН України «До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної добросесності».
-----------------------------	--

	<p>За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми; відрахування з навчального закладу; позбавлення академічної стипендії; позбавлення наданих навчальним закладом пільг з оплати навчання.</p>
Пропуски занять (відпрацювання)	<p>Відвідування занять є обов'язковим елементом вивчення дисципліни, за винятком пропусків за поважної причини, що підтверджена відповідним документом.</p> <p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника ” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) .</p>
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	<p>Виконання завдання пізніше встановленого терміну допускається в разі поважної причини, що підтверджена відповідним документом, але до складання форми підсумкового контролю.</p> <p>У разі виконання завдання студентом пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за завдання - «незадовільно», відповідно до «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника ” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019)</p>
Невідповідна поведінка під час заняття	<p>Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.14 «Відрахування студентів» «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти» - ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативнідокументи/polozhenja/</p>
Додаткові бали	<p>За рішенням кафедри студентам, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника ” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) –</p>
Неформальна освіта	<p>Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №819 від 29.11.2019)</p> <p>Результати неформальної освіти можуть зараховуватися/перезараховуватися за виконання самостійної роботи та накопичення (відпрацювання) балів за відповідну тему семінарського навчання.</p>